

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan dan Keahlian *Celebrity Endorser* Teuku Wisnu pada Iklan Minuman Vit Levite Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Siswa SMK PGRI 1 Ponorogo)

Nama : Ranika Ayu Agustin

NIM : 11412645

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikangunamemperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I

Drs. EC. Purwanto, MM
NIK. 19531024 199309 14

Ponorogo,

Pembimbing II

Edi Santoso, SE, MM
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2003

Penguji 1 :

Drs. EC. Purwanto, MM
(NIK.19531024 199309 14)

Dosen Penguji :

Penguji 2 :

Dra. Umi Farida, MM

Penguji 3 :

Titi Rapini, SE, MM

(NIP.19630505 199003 2003)

ABSTRAK

Penggunaan selebritis sebagai endorser dilakukan sebagai salah satu bentuk komunikasi pemasaran dalam mendorong pembelian pada produk tertentu. Minuman rasa buah Vit Levite menggunakan Teuku Wisnu sebagai endorser dalam iklannya

Penelitian ini mencoba meneliti permasalahan yang berhubungan dengan penggunaan selebritis sebagai endorser pemasaran sebuah produk, untuk meningkatkan minat beli. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Apakah daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan keahlian (*expertise*) *Celebrity Endorser* Teuku Wisnu pada minuman Vit Levite berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada siswa SMK PGRI 1 Ponorogo? 2.)Variabel manakah diantara daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan keahlian (*expertise*) Teuku Wisnu pada iklan minuman Vit Levite yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada siswa SMK PGRI 1 Ponorogo?

Dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel. Yang terdiri dari 3 variabel bebas yaitu Daya Tarik, Kepercayaan dan Keahlian, dan 1 variabel tetap yaitu minat beli konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melihat iklan Vit Levite yang dibintangi oleh Teuku Wisnu sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik Non Probability Sampling dengan model *Sampling Insidental*.

Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa variabel Daya tarik dan keahlian *Celebrity Endorser* Teuku Wisnu pada iklan minuman Vit Levite berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Sedangkan variabel Kepercayaan *Celebrity Endorser* Teuku Wisnu pada iklan minuman Vit Levite berpengaruh negatif terhadap minat beli konsumen. Variabel dari *Celebrity Endorser* Teuku Wisnu pada iklan minuman Vit Levite yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Minat Beli Konsumen adalah variabel Keahlian.

MOTTO

Tiada hasil yang mengkhianati usaha
(*Elvira Devinamira*)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahNya serta kasih sayangNya hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan laporan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan dan Keahlian Celebrity Endorser Teuku Wisnu pada Iklan Minuman Vit Levite terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Siswa SMK PGRI 1 Ponorogo). Penulisan ini dimaksud untuk memenuhi syarat pencapaian gelar sarjana strata satu pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penulisan penelitian ini, penulis mendapat bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Sehubungan dengan hal tersebut penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan rizky serta kesehatan untuk saya, sehingga saya menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Titi Rapini, SE, M.M selaku ibu dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.Si selaku Ketu Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Drs. EC. Purwanto, M.M dan Bapak Edi Santoso, SE, M.M selaku dosen pembimbing saya yang selalu meluangkan waktu untuk saya dan telah banyak sekali membantu dalam memberikan arahan serta bimbingan terhadap penyusunan penelitian ini.

5. Seluruh dosen prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah yang selama ini telah mendidik dan memberi ilmu kepada saya.
6. Bapak Rektor, seluruh dosen dari semua jurusan, semua staff dan satpam di Universitas Muhamddiyah Ponorogo.
7. Kedua orang tua saya, nenek saya, Om saya, Pak Carlo dan seluruh keluarga besar saya yang tak pernah berhenti mendoakan saya dan selalu memberi dukungan penuh kepada saya.
8. Ahmad Mufidaini yang selalu setia menunggu dan menemaniku dalam keadaan apapun, serta selalu mendoakanku dan mendukungku, terimakasih aiyam.
9. Para sahabat seperjuanganku Novita, Septia, Herwin, dan Nurul dan teman-teman satu kelas prosus Ekonomi Manajemen, yang selama ini saling mensupport dan banyak memberikan kenangan indah.
10. Motor Mio J saya yang jelita yang selalu menemani saya dan mengantar saya kemanapun terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang selalu ada dan menyediakan buku-buku yang saya butuhkan.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikhlas membantu dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas semua kebaikan dan semua bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Amin

Wassalamualaikum wr.wb

Ponorogo, 22 Februari 2015

Penulis

Ranika Ayu Agustin

NIM. 11412645

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo,

Penulis



(Ranika Ayu Agustin)

NIM. 11412645

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Treori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Bauran Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i>	9
2.1.1.3 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Iklan	12
2.1.2.1 Pengertian Iklan	12

2.1.2.2 Tujuan Iklan	13
2.1.2.3 Jenis Iklan	15
2.1.2.4 Fungsi Iklan	15
2.1.3 <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.1.3.1 Pengertian <i>Celebrity Endorser</i>	17
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Dalam Pemilihan Selebritis	18
2.1.3.3 Atribut <i>Endorser</i>	19
2.1.4 Perilaku Konsumen	22
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	22
2.1.4.2 Karakteristik yang Mempengaruhi Karakteristik Konsumen	23
2.1.5 Minat Beli	25
2.1.6 Penggunaan <i>Celebrity Endorser</i> untuk meningkatkan Minat Beli	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	34
3.3 Metode Pengambilan Data	35
3.4 Definisi Operasional	36
3.5 Metode Analisa Data	38
3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	39

3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.5.3	Uji T dan Uji F	41
BAB IV HASIL PENELITIAN		44
4.1	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian	44
4.1.1.1	Sejarah Singkat Sekolah	44
4.1.1.2	Letak Sekolah	46
4.1.1.3	Struktur Organisasi	46
4.1.1.4	Jumlah Siswa	47
4.1.2	Gambaran Produk	49
4.2	Pembahasan	50
4.2.1	Karakteristik Responden	50
4.2.2	Waktu Penelitian	52
4.2.3	Tanggapan Responden	53
4.2.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
4.2.4.1	Uji Validitas	64
4.2.4.2	Uji Reliabilitas	69
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.2.6	Pengujian Hipotesis	76
4.2.6.1	Uji T	76
4.2.6.2	Uji F	80
4.2.7	Koefisien Determinasi	82
4.2.8	Variabel yang Mempunyai Pengaruh Dominan	83
4.3	Implementasi	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Jumlah Siswa	34
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Jumlah Siswa Kelas X	47
Tabel 4.2 Jumlah Siswa Kelas XI	48
Tabel 4.3 Jumlah Siswa Kelas XII	48
Tabel 4.4 Data Jenis Kelamin	50
Tabel 4.5 Data Kelas Responden	51
Tabel 4.6 Data Usia Responden	51
Tabel 4.7 Data Uang Saku	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden pada Pertanyaan AT1	53
Tabel 4.9 Tanggapan Responden pada Pertanyaan AT2	54
Tabel 4.10 Tanggapan Responden pada Pertanyaan AT3	54
Tabel 4.11 Tanggapan Responden pada Pertanyaan AT4	55
Tabel 4.12 Tanggapan Responden pada Pertanyaan AT5	55
Tabel 4.13 Tanggapan Responden pada Pertanyaan TR1.....	56
Tabel 4.14 Tanggapan Responden pada Pertanyaan TR2	57
Tabel 4.15 Tanggapan Responden pada Pertanyaan TR3	57
Tabel 4.16 Tanggapan Responden pada Pertanyaan TR4	58
Tabel 4.17 Tanggapan Responden pada Pertanyaan TR5	58
Tabel 4.18 Tanggapan Responden pada Pertanyaan EX1.....	59
Tabel 4.19 Tanggapan Responden pada Pertanyaan EX2.....	60
Tabel 4.20 Tanggapan Responden pada Pertanyaan EX3.....	60
Tabel 4.21 Tanggapan Responden pada Pertanyaan EX4	61
Tabel 4.22 Tanggapan Responden pada Pertanyaan EX5	62
Tabel 4.23 Tanggapan Responden pada Pertanyaan MB1.....	62

Tabel 4.24 Tanggapan Responden pada Pertanyaan MB2	63
Tabel 4.25 Data Validitas Daya Tarik	65
Tabel 4.26 Data Validitas Kepercayaan	66
Tabel 4.27 Data Validitas Keahlian	67
Tabel 4.28 Data Validitas Minat Beli	68
Tabel 4.29 Data Reliabilitas	70
Tabel 4.30 Analisa Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.31 Uji T	77
Tabel 4.32 Uji F	81
Tabel 4.33 Koefisien Determinasi	82
Tabel 4.34 Data Paling Dominan	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	47
Gambar 4.2 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji T	77
Gambar 4.3 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji F	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuisisioner	95
Lampiran 2 : Data SPSS	99
Lampiran 3 : Validitas dan Reliabilitas	104
Lampiran 4 : Regresi Linier Berganda	108
Lampiran 5 : Cuplikan Iklan Minuman Vit Levite	110
Lampiran 6 : Berita Acara Bimbingan Skripsi	111